

MITOS E CELEBRIDADES NO JORNALISMO ESPORTIVO NA INTERNET

Marcelo Bechara S. N. Frange¹

Resumo:

Este artigo ocupa-se do estudo sobre a criação de mitos no jornalismo esportivo na internet. A pesquisa consiste em compreender a busca por personagens dos eventos esportivos, em específico o futebol, como forma de enriquecer a reportagem. Há, também, a preocupação em observar o tratamento dado a este mito pela imprensa, o que pode transformá-lo em mais uma celebridade do que propriamente um mito. Para tanto, foi escolhida a mesma matéria observada em três portais diferentes (GloboEsporte.com, GazetaEsportiva.net e ESPN.com.br).

Palavras-chave: Jornalismo Esportivo. Internet. Futebol. Mitos. Celebridades

Texto

1. Introdução

O presente artigo procura demonstrar, de forma resumida, algumas características da produção do jornalismo esportivo na internet, que nunca esteve em tanta evidência com o retorno da Copa do Mundo de futebol no Brasil, depois de 64 anos. A iniciativa para este estudo surgiu após um período de trabalho do autor em uma das maiores redações do país. Com o foco em informação esportiva, o modo de criação de conteúdo na empresa despertou a inquietação do pesquisador, que procurou observar o método de elaboração de notícias.

Um dos possíveis questionamentos levantados foi da missão principal da notícia, se ela perdeu o objetivo fundamental de apenas informar, ou se, com os inúmeros recursos disponibilizados pelo progresso tecnológico, a matéria precisou utilizar todas as artimanhas para reproduzir todo o espetáculo que acontece nos eventos esportivos, criar novos elementos para despertar e prender a atenção do leitor e, como consequência natural, contribuir para o aumento da audiência da empresa.

¹ Mestrando no Programa de Pós-Graduação da Faculdade Casper Líbero. E-mail: marcelobechara@gmail.com

O objeto de estudo do artigo será o relato da partida entre Brasil e Chile, em Belo Horizonte, válida pelas oitavas de final da Copa do Mundo, decidida nas penalidades, por três sites especializados: GloboEsporte.com, por pertencer ao maior grupo de jornalismo do país, detentor de direitos de transmissão da competição e referência em todos os quesitos, desde qualidade literária ao design de interface; ESPN.com.br, pois o pesquisador trabalhou na redação, é relacionado a um dos maiores canais do meio no mundo e também dono de imagens de certos torneios; GazetaEsportiva.net, visto que não detém o mesmo poder financeiro dos outros citados e não possui os direitos de transmissão de nenhum torneio, o que o impossibilita de colocar vídeos em suas notícias, o que deixaria a matéria mais enriquecida. É bom ressaltar que entende-se por “relato” o texto publicado minutos depois do apito final do árbitro. É a matéria em que o jornalista narra todos os momentos da partida, os gols, os detalhes, a jogada, o herói, o vilão, e é redigido junto com o andamento do jogo. Em alguns casos, com um acontecimento importante nos acréscimos do duelo, o repórter precisa reescrever ou alterar partes do conteúdo com muita agilidade, pois o editor cobra que a matéria vá ao ar o mais rápido possível.

Com a intenção de compreender os modos de produção do jornalismo esportivo na internet, o artigo busca embasamento nas teorias de Carl Gustav Jung, no que se refere a criação de personagens nas matérias produzidas de modo a tornar a leitura da narrativa mais agradável para o leitor, ou até mesmo identificar que o jornalismo esportivo está viciado na invenção de mitos, heróis e vilões dentro das partidas. O psiquiatra suíço trabalha com a ideia de arquétipos, padrões universais que muitos estudiosos utilizam para relacionar a personalidade de alguém com as características da imagem ou modelo de outra pessoa. Identificaremos na reportagem escolhida elementos que podem ser associados a teoria de Jung.

Para reforçar estes pensamentos de arquétipos e mitos nas matérias esportivas digitais, o pesquisador traz para o artigo a obra de Joseph Campbell, *O Herói de Mil Faces*, na qual o autor descreve a ideia do monomito, conceito também conhecido como a Jornada do Herói, que disserta sobre a trajetória que o personagem atravessa e supera todas as etapas (A Partida, A Recusa do Chamado, O Auxílio Sobrenatural, A Passagem pelo Primeiro Limiar, O Ventre

da Baleia, etc.) para atingir o devido status de mito ou herói. No presente artigo, apontaremos como os repórteres utilizam estas passagens para demonstrar toda a superação do atleta antes de se consagrar como o principal nome de um resultado positivo.

Por fim, o trabalho fará o uso das reflexões de Edgar Morin, na obra *Cultura de Massas do Século XX*. O autor francês trabalha com o conceito de vedetização, que consiste na personificação do mito na cultura de massa. Através dos seus pensamentos, questionamos se os atletas são realmente mitos ou celebridades na sociedade contemporânea, uma vez que são tratados como tal. Além disso, o jornalismo esportivo na internet atual busca a todo momento novos protagonistas para as matérias, de modo que aumenta a possibilidade de despertar a atenção dos leitores e, inclusive, de se identificar com os jogadores. O fato também de estarem sempre na TV e na imprensa contribui para essa confusão entre mito e celebridade.

O artigo observará todos os detalhes da produção do jornalismo esportivo na internet relacionados com os conceitos dos autores citados anteriormente. No meio digital, a narrativa perde um pouco de espaço para os recursos tecnológicos, como os vídeos e áudios, porém, a narração do fato sempre estará presente, e examinaremos como a construção de mitos e celebridades está presente nas matérias jornalísticas.

2. Arquétipos no Jornalismo Esportivo

Antes de nos aprofundarmos na questão da presença dos arquétipos na produção da informação esportiva digital, é preciso compreender o conceito elaborado por Carl Gustav

Jung, e bem trabalhado na obra *Jung - O Homem Criativo*, escrita por Luiz Paulo Grinberg, que diz

Arquétipos são conceitos vazios, não preenchidos. São formas universais coletivas, básica e típicas da vivência de determinadas experiências recorrentes, que expressam a capacidade criativa única e autônoma da psique. São conteúdos coletivos todos os instintos e formas básicas de pensamento e sentimento, tudo aquilo que consideramos como universal e pertence ao senso comum (GRINBERG, 1997, p. 135)

Os arquétipos estão presentes em nossas vidas. No nosso cotidiano, somos obrigados a enfrentar diversas situações que nos fazem assumir diferentes posturas para superá-las ou até mesmo para conseguir compreender o momento que vivemos. Esta postura, ou podemos chamá-la de imagem, está presente no nosso inconsciente coletivo, herdados também da imaginação humana e de experiências passadas.

Se em situações normais já encaramos momentos que nos fortalecem, no meio esportivo não é diferente. É bastante comum enxergar nos atletas as funções que exercem durante as competições. Cada um sabe de suas responsabilidades e está diretamente ligada com sua performance e o resultado final. Ainda sobre o conceito, o "mundo dos arquétipos é um mundo invisível dos espíritos, deuses, demônios, vampiros, duendes, heróis, assassinos e todos os personagens das épocas passadas da humanidade sobre as quais foi depositada forte carga de afetividade" (Grinberg, 1997, p. 134). Um jogador sabe que uma dose extra de confiança pode influenciar em todo o desfecho do confronto. Se sair vitorioso, pode se tornar o herói. Caso contrário, no vilão.

Nas competições esportivas, em específico no futebol, a imprensa busca, a todo instante, os principais personagens de cada partida. No jornalismo esportivo digital não é diferente. O repórter utiliza a ideia arquétipos, encontra um papel para os personagens principais e inclui na narrativa concedendo as características aos responsáveis pelos resultados do jogo. O caso mais comum é a aplicação dos arquétipos do herói e do vilão.

A pessoa, por assim dizer tomada pelo arquétipo do Herói, sente-se dotada de uma força e autoconfiança às vezes sobre-humanas. Como vimos, é esse o sentimento que

nos permite enfrentar e o perigo de entrar no desconhecido que se apresenta na fase da adolescência (GRINBERG, L. P., 1997, p. 159).

O arquétipo do Herói está entre dois mundos: o dos humanos e dos deuses. O herói é dotado de um poder utilizado para proteger seu mundo, ser uma espécie de transformador da sociedade ao combater os perigos e dar esperança de nova vida para a população. Para cumprir tal papel, entretanto, o personagem inflama seu ego de confiança para superar os obstáculos.

É este arquétipo que dá forças ao ego quando este acha que não vai conseguir enfrentar uma situação nova. Por seu intermédio é que nos sentimos seguros e confiantes para enfrentar novos desafios. Sem ele fica difícil enfrentar o vestibular, participar de uma competição esportiva, conseguir um novo emprego ou estabelecer um namoro (GRINBERG, L.P, 1997, p. 158).

É nos momentos mais importantes e decisivos que este arquétipo costuma aparecer. No confronto entre Brasil e Chile, válido pelas oitavas de final, decidido nas penalidades, o goleiro Júlio César foi o grande responsável por dar a vitória à seleção brasileira e ser tratado como o salvador da pátria. Nas três reportagens estudadas, é possível identificar a relação entre o arqueiro e o arquétipo do herói, definidas pelos jornalistas. No relato do ESPN.com.br, o repórter não titubeia e define Júlio César como o principal protagonista do êxito: "O herói da vaga foi Júlio César. Ele defendeu as cobranças de Pinilla, se adiantando muito, Alexis Sánchez e ainda viu o lateral Jara chutar na trave"². Além disso, a primeira foto de destaque da matéria é uma das defesas descritas do goleiro nas cobranças de pênaltis. Ainda na mesma reportagem, estão inseridos três vídeos dos torcedores, sendo um deles com a legenda "Após vitória do Brasil, torcida exalta Júlio César e grita nome do goleiro", o que reforça o foco no heroísmo do camisa 12 na partida.

No texto do portal GloboEsporte.com, o feito heróico de Júlio César é registrado em três fotografias. Em duas legendas, aparecem as frases "herói no final" e "sorte ajuda ao competente", que indicam o arquétipo ao atleta. Há, ainda, um fato bastante curioso neste relato,

² Disponível em <http://migre.me/rkC6z>

que intensifica os traços do herói. O repórter Martín Fernandez transcreve, logo após o parágrafo inicial, uma frase do goleiro brasileiro que diz “Vou pegar”, se referindo às cobranças de pênaltis da equipe adversária. Este momento, inflado de confiança em ser o herói, pode ser relacionado com o seguinte trecho da obra *Jung - O Homem Criativo*:

Um exemplo claro de possessão exercida pelos arquétipos do inconsciente coletivo pode ser sentido nos sintomas agudos de uma psicose. Os arquétipos, com sua força, invadem a consciência e tomam o lugar do ego. O sujeito passa a se sentir dotado de poderes extraordinários, podendo considerar-se o salvador do mundo, um profeta, ou achar que se comunica com seres extraterrestres. Ou, então, se vê totalmente ameaçado e perseguido por forças do mal, monstros e demônios de toda ordem” (GRINBERG, L. P, 1997, p. 141)

O momento descrito pelo jornalista se encaixa nos exemplos de quando o arquétipo está presente no indivíduo. Júlio César sente estar possuído por esta força sobrenatural, a disposição que precisa para salvar a equipe nacional de uma derrota. Ele alcança um estágio de concentração e confiança incomum para os dias normais, consegue vencer o desafio imposto e se consagrar como o salvador.

Já a reportagem do website *GazetaEsportiva.net* trata o defensor como o grande personagem do triunfo, e a fotografia de sua defesa também ganha destaque sendo a primeira. Entretanto, o repórter lembra do período nebuloso que Júlio César enfrentou, há quatro anos, quando foi o vilão da eliminação do Brasil, na Copa do Mundo de 2010, na África do Sul, em derrota para a Holanda com falha do goleiro. Ao relembrar este momento complicado, descreve um pouco da trajetória que o camisa 12 enfrentou para atingir o status de herói. Sob esta ótica de jornada, podemos aprofundar a nossa pesquisa com o reforço de Joseph Campbell, com os pensamentos sobre *A Jornada do Herói*, debatidos no item a seguir.

3. A Jornada do Herói no Meio Esportivo

No mesmo raciocínio dos pensamentos de Jung, podemos encontrar uma afinidade entre as reportagens do jornalismo esportivo digital com as ideias do mitologista Joseph

Campbell. O americano trabalha com a ideia do monomito, também conhecido como A Jornada do Herói. O conceito traz um padrão universal da estrutura dos contos heróicos de todas as culturas. Embora, no início da reflexão da obra, passa-se a impressão de que a jornada acontece somente nos contos de ficção, é perfeitamente possível traçar esta jornada no nosso cotidiano, inclusive no esporte.

Os repórteres da esfera esportiva procuram sempre histórias sobre a vida pessoal dos atletas. Exploram muito além do ambiente de competição. Um jogador de futebol, por exemplo, concede diversas entrevistas em que se discute muito mais as dificuldades superadas ao longo de sua vida fora do campo até se tornar um nome relevante para o meio.

Antes da Copa do Mundo de 2014, uma série de reportagens foi ao ar no Jornal Nacional, da TV Globo, com episódios sobre cada jogador convocado para a disputa do Mundial, pela seleção brasileira. A matéria trazia muitos detalhes sobre a vida particular de cada um. Os dramas, as negações, os erros, o começo, e, por fim, o sucesso. O jornalista fazia questão de assimilar a história dos “guerreiros do hexa” - em referência ao possível sexto título do Brasil - como uma vida normal, de qualquer cidadão comum do país. Porém, com momentos que apenas a razão de “ser escolhido por Deus” ou forças excepcionais explicam os acontecimentos. Estes podem ser relacionados com a teoria de Campbell, que diz

O herói composto do monomito é uma personagem dotada de dons excepcionais. Frequentemente honrado pela sociedade de que faz parte, também não costuma receber reconhecimento ou ser objeto de desdém. Ele e/ou o mundo que se encontra sofrem de uma deficiência simbólica. Nos contos de fadas, essa deficiência pode ser tão insignificante como a falta de um certo anel de ouro, ao passo que, na visão apocalíptica, a vida física e espiritual de toda a terra pode ser representada em ruínas ou a ponto de se arruinar (CAMPBELL, J. P., 2010, p. 41)

Para obter êxito na carreira futebolística, o atleta precisa ultrapassar inúmeras provas. Desde o início de sua vida até o auge da trajetória. O trabalho de Joseph Campbell, para os fins deste artigo, pode ser resumido em três momentos: Partida, Iniciação e Retorno. Cada parte pode ser aplicada nos caminhos percorridos pelos jogadores. No jornalismo esportivo na

internet, assim como no exemplo da televisão, os repórteres buscam informações que acrescentem um grau de dificuldade superada por parte dos esportistas para torná-los ainda mais heróis, ou, em alguns casos, defini-los como mitos. Conseqüentemente, o público eleva o nível de idolatria e se sente mais familiarizado com seus ídolos ao obter o conhecimento da história de vida.

No relato intitulado “Brasil sofre e só vence Chile nos pênaltis para ir às quartas”, do portal GazetaEsportiva.net, é possível observar trechos do texto que encaixam nas teorias propostas de Campbell. O repórter Helder Júnior, ao descrever as defesas de Júlio César, lembra do momento nebuloso da Copa anterior, na África do Sul: “O goleiro Júlio César, vilão do Mundial passado, defendeu as cobranças de Pinilla e Alex Sánchez e viu Jara chutar na trave” (JÚNIOR, 2014). Antes de se sagrar herói da vitória, o camisa 12 do Brasil atravessou um dos períodos mais complicados de sua jornada. Uma época em que, para a imprensa e torcida, ele deveria optar por não vestir mais a camisa da equipe nacional. É neste cenário que a ideia de Campbell, denominada de Ventre da Baleia, aplicada a esta relação se faz correta, como vemos a seguir

A ideia de que a passagem do limiar mágico é uma passagem para uma esfera de renascimento é simbolizada na imagem mundial do útero, ou ventre da baleia. O herói, em lugar de conquistar ou aplacar a força do limiar, é jogado no desconhecido, dando a impressão de que morreu (CAMPBELL, J, 2010, p. 91)

Para alcançar a glória, o herói falha antes de atingir o objetivo. Júlio César foi um dos principais responsáveis pelo fracasso brasileiro há quatro anos, em território sul-africano, e recebeu duras críticas de todas as partes. A rejeição ao vê-lo novamente com a camisa do Brasil foi grande e, para vencer esta etapa, precisou do total amparo e conselhos do treinador Luiz Felipe Scolari, ao longo de toda caminhada de redenção. Campbell afirma “O herói é auxiliado, de forma encoberta, pelo conselho, pelos amuletos e pelos agentes secretos do auxiliar sobrenatural que havia encontrado antes de penetrar nessa região”(CAMPBELL, J, 2010, p. 102). É este o papel que Felipão exerce na vida de Júlio, naquele momento, fundamental para o resgate da dignidade do arqueiro.

Ao transpor a fase árdua, o herói aprende com os erros, compreende melhor as tarefas e passa a executá-las com mais precisão. A atitude incorreta se transforma em fator positivo para o percurso do mito. Júlio César só atingiu o ápice após amadurecer com a falha na cidade sul-africana Porto Elizabeth. Campbell recorre a Freud para explicar esta situação

Quatro anos depois, na Copa do Mundo do Brasil, o atleta se reergueu como herói nesta partida. Não se alcançou o status de mito pela imprensa e torcida, pois a seleção não foi a campeã da competição, com uma derrota vexatória por 7 a 1 para a Alemanha. No duelo contra o Chile, entretanto, Júlio César encontrou sua ressurreição. É a maneira cíclica que os contos apresentam. As etapas se repetem, as dificuldades sempre aparecem. A todo instante, é preciso enxergar uma maneira de driblar o obstáculo e seguir adiante. O arquétipo do herói se manifesta na ocasião destinada.

Numa palavra: a primeira tarefa do herói consiste em retirar-se da cena mundana dos efeitos secundários e iniciar uma jornada pelas regiões da psique, onde residem efetivamente as dificuldades, para torná-las claras, erradicá-las em favor de si mesmo e penetrar no domínio da experiência e da assimilação, diretas e sem distorções, daquilo que Jung denominou “imagens arquetípicas (CAMPBELL, J. 2010, p. 27)

A produção do jornalismo esportivo na internet se aproveita destes episódios com informações, curiosidades e histórias para enriquecer a matéria e tentar entregar um conteúdo de melhor qualidade para os leitores, por tentar uma leitura mais fácil e agradável. Em algumas reportagens, já aparece no título as palavras que credenciam a importância do atleta. Em outras matérias, o redator já utiliza o termo “mito” ou “fenômeno” para citar determinado jogador, como acontece nos casos do goleiro do São Paulo, Rogério Ceni, e do ex-atacante Ronaldo, respectivamente.

Há a probabilidade, no entanto, de existir uma confusão entre o real significado do mito nos dias de hoje. A forma com que é tratado, atualmente, abre a oportunidade para que

seja confundido com as celebridades. Um atleta de futebol pode não ser a representação, de fato, de um mito, mas, sim, uma celebridade. É o que debateremos no tópico seguinte.

4. Mitos ou Celebidades

O jornalismo esportivo cria personagens a todo momento. Heróis, vilões e guerreiros estão presentes em toda competição. Ao depender do resultado ou do desfecho da partida, esta personagem se torna um mito, consagrado pela imprensa e pela torcida. A partir deste ponto, todos querem seguir os passos do atleta. Procuram a história de sua infância, o local de nascimento, os primeiros conselhos, os dramas, familiares e namoradas. A intenção é quase de construir um exemplo para a sociedade, uma pessoa com a qual a população se identifique, se inspire e, principalmente, compre a ideia de ídolo.

Para Edgar Morin, na obra *Cultura de Massas do Século XX*, a imprensa aproveita de todas as informações para aproximar a imagem do ídolo, redigida na reportagem, com a real. O autor francês utiliza o termo “olimpianos” - referência aos Deuses do Olimpo - para denominar estes novos mitos criados pela mídia. Para justificar, Morin atribui este endeusamento ao interesse principal da cultura de massa.

Esse novo Olimpo é, de fato, o produto mais original do novo curso da cultura de massa. As estrelas de cinema já haviam sido anteriormente promovidas a divindades. O novo curso as humanizou. Multiplicou as relações humanas com o público. Elevou ao estrelato as cortes reais, os playboys, e até certos homens políticos (MORIN, 2002, p. 106)

Como vimos anteriormente neste artigo, a dramaticidade aparece, inclusive, nos relatos sobre os jogos. Ao definir que o goleiro Júlio César foi o herói da vitória sobre a seleção brasileira sobre o Chile, um novo leque para matérias sobre o arqueiro surgiu. Era o momento de idolatrar o camisa 12 e elevá-lo a uma condição de divindade. No texto do ESPN.com.br, há uma reportagem, em vídeo, somente com torcedores e a seguinte legenda “Após vitória do Brasil, torcida exalta Júlio César e grita nome do goleiro” (Linares; Mattoso; Borges; Cobos; 2014), que confirma todo o entusiasmo com o jogador.

Morin relembra de como o sensacionalismo contribui para o processo de criação de mitos por parte da imprensa e compara este procedimento com o mesmo que acontece com os atores de novelas e filmes. O autor utiliza o conceito “vedetização”, que constitui na personificação dos mitos na cultura de massa. Morin diz

A informação romanceada e vedetizada, de um lado, o sensacionalismo, de outro, apelam finalmente para os mesmos processos de projeção-identificação que os filmes, romances e novelas. De fato, os personagens em situação dramática dos fatos variados, as vedetes em situação romanceada da atualidade fornecem uma matéria real, mas da mesma estrutura do imaginário. O sensacionalismo funciona como tragédia, vedetização funciona como mitologia”(MORIN, 2002, p. 101)

Logo após a consagração dentro de campo, o interesse pelo atleta se multiplica. Aparece em todos os portais eletrônicos, jornais, revistas e é o centro das atenções nos programas de TV. Como a internet tem o privilégio de não ter nenhuma restrição física, a quantidade de textos sobre tudo da vida do novo ídolo quadruplica. E não são apenas textos. Galerias de fotos com as fases da vida esportiva e pessoal do jogador são publicadas. O tratamento é igual ao de uma celebridade, com diversas aparições em colunas sociais.

Do mesmo modo que incentiva a mitificação dos atletas, a imprensa aproveita para investigar todas as informações dos personagens, sejam elas privadas ou no âmbito esportivo, com o intuito de gerar matérias que, além de atrair uma maior audiência dos leitores, crie uma identificação entre sociedade e o novo mito.

Edgar Morin ainda lembra que é a própria informação a responsável por elevar o status dos mitos a condições históricas. O pensador francês afirma

A informação transforma esses olimpos em vedetes da atualidade. Ela eleva à dignidade de acontecimentos históricos, acontecimentos destituídos de qualquer significação política, como as ligações de Soraya e Margaret, os casamentos ou divórcios de Marilyn Monroe ou Liz Taylor, os partos de Gina Lollobrigida, Brigitte Bardot, Farah Diba ou Elizabeth da Inglaterra (MORIN, 2002, p. 105)

Há uma hipótese no jornalismo esportivo na internet sobre a produção de novos heróis. O mito na mídia tem aparecido com frequência, e pode-se dizer que isto aconteça para suprir uma possível carência por parte do público alvo. No entanto, ao atingir a condição de mito, o atleta, em diversas ocasiões, é mais questionado pelo seu comportamento fora das quadras do que dentro. Ele é visto como uma celebridade e todos os detalhes em relação a sua vida são registrados por fotógrafos e repórteres. O pensamento de Morin faz bastante sentido junto com a formação de mitos por parte da imprensa, e perdura o questionamento se são mitos ou celebridades.

5. Considerações Finais

O jornalismo esportivo reúne diversos recursos para elaborar reportagens com fatos curiosos e interessantes para os leitores. Como vimos ao longo de todo este artigo, elementos para a construção de heróis são utilizados a todo momento na produção de matérias. Para contribuir ainda mais para este tipo de conteúdo, os vídeos são constantes no jornalismo digital e reforçam o que está no texto.

Através de Grinberg, que trabalha os conceitos criados por Jung, identificamos a presença de arquétipos. O herói ou o vilão se faz presente em inúmeras partidas de futebol. Assim como dentro de campo, o redator transmite o ocorrido para as palavras, e a ideia de se tornar um ídolo começa a ser espalhada pelos torcedores. Para intensificar o pensamento, utilizamos a Jornada do Herói, de Joseph Campbell, juntamente com as narrativas dos esportistas para identificar os momentos de caminhada, desde o fracasso até alcançar a glória.

O principal questionamento do artigo, porém, se passa após o uso da obra de Edgar Morin. O tratamento dos atletas como mitos por parte da imprensa é bastante similar ao dado na cobertura de notícias das celebridades de novelas e cinemas. Após mostrar potencial de obter muita audiência, reportagens sobre a vida pessoal de jogadores são redigidas com frequência e ocupam os lugares de mais destaque dentro de uma página na internet.

A produção do jornalismo esportivo digital se cerca de todos atributos possíveis para aumentar o entretenimento da matéria, enriquecê-la de detalhes e, em meio a tanta concorrência, procura personagens que são capazes de aguçar a leitura e diferenciá-la das demais. Ademais, é importante lembrar que, ao criar um mito-celebridade no texto, o mesmo será explorado em inúmeras reportagens sobre as mais diversas curiosidades de sua vida. A mídia é responsável por criar, explorar e também prejudicar o mito.

Referências (Autores das fontes consultadas)

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 2010.

FERNANDEZ, Martin. Júlio César pega dois pênaltis, Chile bate na trave, e Brasil vai às quartas. **globoesporte.com**. Disponível em <<http://globoesporte.globo.com/jogo/copa-do-mundo-2014/28-06-2014/brasil-chile.html>> Acessado em 10 de janeiro. 2015.

GRINBERG, Luiz Paulo. **Jung: o homem criativo**. São Paulo: FTD, 1997.

JUNIOR, Helder. Brasil sofre e só vence Chile nos pênaltis para ir às quartas. **GazetaEsportiva.net**. Disponível em < <http://www.gazetaesportiva.net/noticia/2014/06/selecao-brasileira/brasil-sofre-e-so-vence-o-chile-nos-penaltis-para-ir-as-quartas.html>> Acessado em 10 de janeiro.2015.

LINARES, A.; MATTOSO, C.; BORGES, L.; COBOS, P. **ESPN.com.br**. Disponível em < http://espn.uol.com.br/noticia/421704_julio-cesar-salva-e-brasil-vence-no-estilo-libertadores > Acessado em 10 de janeiro. 2015.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas do Século XX**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.